



TITLE:

# 京大東アジアセンターニューズレター 第311号

AUTHOR(S):

京都大学経済学研究科東アジア経済研究センター

---

CITATION:

京都大学経済学研究科東アジア経済研究センター. 京大東アジアセンターニューズレター 第311号. 京大東アジアセンターニューズレター 2010, 311

ISSUE DATE:

2010-04-05

URL:

<http://hdl.handle.net/2433/108388>

RIGHT:

(旧・「京大上海センターニュースレター」)

京都大学経済学研究科東アジア経済研究センター

2010 年 4 月 5 日

## 目次

- 田中秀夫新研究科長就任のご挨拶
- 「中国経済研究会」のお知らせ
- 読後雑感 : 2010年 第4回
- ゴーグルの中国撤退に関する二つの見方
- 【中国経済最新統計】(試行版)

## 田中秀夫研究科長就任のご挨拶

本日から、京都大学経済学研究科長・経済学部長に就任しました田中でございます。関係者の皆様に一言ご挨拶申し上げます。

この4月から「上海センター」は「東アジア経済研究センター」と改称しました。発足から9年目を迎え、センターの研究対象は中国が中心とは言え、東アジア全体に拡大することになりました。センターのますますの発展を期待しております。日本と中国は何かと摩擦が起こることも多いのですが、かつては多くの信頼関係があった時代もあります。今また信頼関係が築かれつつあると思います。そうした機運のなかで、本センターと復旦大学との交流、それを継承しての中国人民大学との連携は意義のある重要な事業であり、この連携を強化して「友愛」の紐帯にしなければならないと思っています。

中国はGDPで日本を越えつつあると言われています。それは国の規模を考えれば当然のこと、嫉妬するに及ばないことです。私は18世紀の大ブリテンの思想史を研究しておりますが、当時、哲学者のヒュームは「貿易の嫉妬」を論じて、他国を警戒して重商主義政策を取ることがいかに虚しいことであるかを説きました。時に後進国のスコットランドやアメリカが急速に発展して、イングランドに追いつく勢いを示していました。国境を閉鎖して保護主義をとることの愚——それは戦争に行き着くかもしれない——をヒュームは断罪したわけです。

しかしながら、独立してからのアメリカは、奴隷問題を抱えながら、やがて世界をリードする超大国となり、奴隷解放は実現しましたが、次第に独立時の「高邁な精神」を忘れ、金ぴか時代を経て驕り高ぶる墮落した国となり、前世紀にはベトナム戦争などの愚行を繰り返しました。もちろん、アメリカには日本にない多くのすぐれた「良きもの」があります。それを否定するものではありません。そしてアメリカには平和国家としてのよき伝統に戻ってほしい。中国がアメリカの轍を踏むことはないかと確信しています。

近い将来、中国がアメリカのような超大国になることは明らかですが、日本は中国のよきライヴァルとして学問と技術、産業で競い合うことが必要だと思います。そうするとお互いの尊敬が深まり、いつその「友愛と信頼」が実現するのではないのでしょうか。歴史問題もやがて克服できる時代が来るのではないのでしょうか。我々の東アジア経済研究センターは、協力会の支援を得て、学界と産業界、地域との連携の推進を目指してきましたが、これからはいっそう協力関係を深め、わが研究科からも教員や大学院生が連合経済研究中心に出向き、研究交流を充実しなければならないと思っています。韓国などとの研究協力も重要です。

そのためには、これまでもまして、いっそう多くの人々のご支援をいただかねばなりません。どうかよろしくお願い申し上げます。

2010 年 4 月 1 日  
京都大学経済学研究科長・学部長  
田中秀夫

\*\*\*\*\*

## 「中国経済研究会」のお知らせ

2010 年度第 1 回目（通算第 8 回目）の中国経済研究会は下記の要領で開催されますので、大勢のご参加を心待ちにしています。

### 記

時 間： 2010 年 4 月 20 日（火） 16：30－18：00  
場 所： 京都大学吉田キャンパス・法経済学部東館 3 階第 3 教室  
報告者： 森晶寿（京都大学地球環境学堂准教授）  
テーマ： 「中国の気候変動政策・CDM 政策と農村バイオガス CDM」

注：本研究会は原則として授業期間中の毎月第 3 火曜日に行います。2010 年度における開催（予定）日は以下の通りです。

前期： 4 月 20 日（火）、5 月 18 日（火）、6 月 15 日（火）、7 月 20 日（火）  
後期： 10 月 18 日（火）、11 月 16 日（火）、12 月 21 日（火）、1 月 17 日（火）

（この件に関するお問い合わせは劉徳強（liu@econ.kyoto-u.ac.jp）までお願いします。なお、研究会終了後、有志による懇親会が予定されています。）

## 読後雑感：2010 年 第 4 回

30. MAR. 10

中小企業家同友会上海俱樂部代表  
上海センター外部研究員（協力会理事） 小島正憲

1. 「50 万円でインターネットから 中国 3 億人富裕層と商売する方法」
2. 「中国市場で成功する人材マネジメント」
3. 「香港に住む大富豪 41 の教え」
4. 「莫邦富が案内する中国最新市場 22 の地方都市」
5. 「中国元がドルと世界を飲み込む日」

### 1. 「50 万円でインターネットから 中国 3 億人富裕層と商売する方法」 陳海騰著 講談社刊 2010 年 2 月 1 日発行 副題：「不況脱出の最短コース 洋服、時計、雑貨、フィギア… 身近な品物を宅急便に乗せるだけ！」

この本で陳氏は、日本の中小零細企業の経営者や個人に、中国の 3 億人の富裕層に向け、日本からインターネット販売を行えば一儲けできると提言しており、本書のメインテーマを「誰にでも小さな投資でできる中国のプチ富裕層＝小資へのビジネスアプローチ」としている。

本書で陳氏は、「現在、中国は経済的にも大きく発展し、“G2”という言葉が証明するように、米国と並ぶ大国へと成長した」と言い、その結果、富裕層が 3 億人も誕生し、その消費購買力はきわめて旺盛であると主張する。しかも中国では「毒ギョーザ事件」や、「メラミン混入粉ミルク事件」などがあってから、その富裕層などが中国製品を買わず、安全基準の高い日本製品を求めようになっており、今が日本製品を売り込むチャンスであると言う。そこでインターネット販売システムを使えば、大企業でなくても中小零細企業や個人が日本に居て、中国市場に製品を売ることが可能であると力説する。

その仕組みを陳氏は、「Web サイトを中国ではなく、日本で開設し、それを日本にある中国向けのショッピングモールに登録する。そうすればそこに中国の購入者がアクセスしてくる」と解説し、すでに日本で運営されている中国向け EC モールが「バイジェットコム」を始めとして 5 店舗以上開設されていると言い、巻末でそのうちの数店舗の URL などを紹介している。その中でも「バイジェットコム」の仕組みは優れており、購入者が 1 万円以上の購入をすると送料が無料になり、中国の購入者に好評で、彼らからのまとめ買いが結構多いと書いている。

心配される決済方法なども、中国でのネット販売では、「支付宝（アリペイ）」という決済方法が主流であり、具体的には「ユーザーが銀行口座にアリペイ専用の口座を開設し、商品が手元に届き商品に問題がないことを確認したら引き落とし OK の連絡をアリペイに入れる。すると、アリペイから販売店へと支払いが行われる」と説明している。またこの仕組みがアリババグループ（アリペイもこの一部分）の力によって、世界中で使用可能となりつつあるという。送付方法も EMS や DHL などがあり、まったく不自由しないと付け加えている。

私も、たしかにこれは、「世界の市場としての中国」に、日本の中小零細企業が進出する一つの手段であると思う。

なお陳氏は現在、中国最大のネット検索システム会社である「百度（バイドゥ）」の日本駐在首席代表を務めている。陳氏がこの本を書いているときには、すでに彼の耳にグーグルの中国撤退の情報が入っていたに違いないが、この件の波及効果については本書では言及されていない。

## 2. 「中国市場で成功する人材マネジメント」 町田秀樹著 ダイアモンド社刊 2010年2月4日発行

副題：「广汽ホンダとカネボウ化粧品中国に学ぶ」

この本の冒頭で町田氏は、「中国との二人三脚でしか日本の将来は描けない」と無条件で規定し、中国が「世界の工場としての中国から、巨大な市場としての中国という位置づけに変わり、今まで求められてきた人材とは異なる分野の人材を確保し、育成、開発、抜擢、登用していく必要も出てきている」と主張している。また中国における人材マネジメントの成功例として、「广汽ホンダ」と「カネボウ化粧品中国」の二例を引き合いに出している。

まず町田氏は、「なぜ、日本企業は(中国で)失敗するのか」と問いを發し、その原因が企業の人材マネジメントにあると説き、多くの日本企業が“3R”を知らずに進出していることが問題であるとして書き、中国における人材マネジメントには、リクルート(採用)、リテイン(引き留め)、リリース(代謝)の“3R”が必須であると力説している。

次に町田氏は、中国人をやる気にさせるマネジメントとして、まず中国人に接するにはその立場の上下を超えて、「三顧の礼」で接することが前提だとし、その上で新しい“3R”を次のように提起している。「高い専門性を持ったビジネスマンとしても、一人の人間としても、率先垂範することで『やってみせ、言って聞かせて』、リスペクト(尊敬)される。そして人材をリプレース(交替)して、中国人スタッフに『させて(任せて)』みる。さらには彼ら、彼女らが成果として上げたことを『褒めて』、リコグニション(承認)してあげなければ、『人の心は動かない』。要は、これらの“3つの R”がなければ『人の和』を築けないということである」。

町田氏は「广汽ホンダ」について、「1998年7月にフランスの自動車メーカー:プジョーが撤退した工場と中国人社員を引き継いで設立された会社なので、当時は事業の失敗でモチベーションがとことん下がった社員を変えることは不可能だと思われていた」と語る。ところがそのような工場をホンダの日本人スタッフが、あえて高いビジョンを示しつつ、ホンダの経営理念を率先して実践し、見事に生き返らせた。中国以外の国では10年以上かかったことが、广汽ホンダではわずか3年でできるようになったのである。その成功の原因を中国側スタッフは「ホンダ哲学は中国の伝統文化と調和性が高い。『基本理念・社是・運営方針』のいずれも中国の古典の価値観と親近性がある。当社で働く中国人はホンダ・フィロソフィーに対して、共感もしている。それを経営陣が口で言うだけでなく、自分たちで実践してきたことにより、ホンダ・フィロソフィーが中国で定着した」と語っている。また广汽ホンダの日本人スタッフは、「困難な目標を達成しようとする意欲と学習能力の高さ、創意工夫する能力の高さこそが中国人スタッフの底力だ」と讃えている。

私は「广汽ホンダ」の成功の真因は、1998年という進出時期にあるのではないかと考える。もちろんプジョーが撤退した工場を再建するには、日本人スタッフの多大な努力が必要であったことを否定するつもりはない。しかし1998年当時は人手不足が今日ほど深刻ではなく、同時にアコードのような高級車がまだ中国市場には少なかったという事情が、「广汽ホンダ」に大きく味方したのである。人手不足と電気自動車が中国を席卷するこれからが、「广汽ホンダ」の正念場であると考えます。

私は中国の「カネボウ化粧品」には、あまりよい印象を持っていない。なぜなら「カネボウ化粧品」の中国公司是2005年に大きな労働争議を起こし、百貨店などの店頭からいっせいに商品が姿を消すなどの事件があり、マスコミで大きく報道され、中国進出日本企業のイメージを悪くした経緯があるからである。

あれから5年、町田氏はその「カネボウ化粧品」のコンサルティングを引き受け、人事制度を全面的に改訂し、ジョブホッピングの多いビューティ・カウンセラーを定着させ、見事に会社を再生させた。その結果、中国人スタッフが日系成功企業の代表として、経済ジャーナリストの財部誠一氏のテレビ番組に出演するほどになり、その番組の中で財部氏の口から、「上海に拠点を置く日本企業の間では、人を大切にすることがかつての日本的労務管理こそ中国で成功する最善の策であるという認識が広がっている」とコメントさせるまでになった。ただし同じ日系の化粧品会社「資生堂」の中国展開には、まだ相当遅れをとっているようである。中国における「カネボウ」と「資生堂」の比較を行うのも、面白いと思う。

## 3. 「香港に住む大富豪 41の教え」 大塚純著 かんき出版刊 2010年2月18日発行

副題：「これからのビジネスと人生が変わる」・「アメリカン・スタンダードからチャイナ・スタンダードへ」

本書は大富豪になるためのハウツー本である。巷にあふれているその手の本と大差はないが、それでも中には、面白い指摘があり、それなりに参考にはなる。下記に列举しておく。

- ・中国市場はいずれ、アメリカに次ぐ買い手になる。ビジネスでは、売り手より買い手のほうが強い。これは世界共通だ。中国は独自のチャイナスタンダードを築き、その正当性を世界に呼びかけるために、中国版のCNNを築いている。
- ・中国ではいま、おびただしい数の起業家がビジネスを立ち上げている。そして彼らの多くが、これは独自のビジネスモデルであり、他人には真似ができないと信じているようだが、同じようなことを考えている人はたくさんいる。
- ・過去の成功体験にしがみつくとリスクはとれない。成功体験が投資の邪魔をする。
- ・中国の最大のリスクは、政治的要因でも、貧富の格差でも、疫病でもなく、中国の過剰ともいえる自信からくるリスクだろうか。かつて、アメリカで「ジャパン・アズ・ナンバーワン」という本が出版され、日本が世界からほめそやされたことがあったが、今の中国はそれに似ている。結局、日本はあのときがいちばんのピークだった。人間はほめられると驕りが出てくる。アメリカも冷戦が終わって、ダントツの超大国になってから驕りが出てきた。中国も一人っ子政策で、自己中心的な人が増え、驕り高ぶる人間が増えてきているので、長くはない。ただ人口ピラミッドを見ると、まだ10



年くらいは成長が期待できる。

- ・中国政府が人民元を自由化しないもう一つの理由は、中国政府がドル債を中心に投資しているため、自由化で人民元が上昇すると損が出るのを問題にしているからである。
- ・人口13億の中国が人民元を自由化すれば、今世紀最大のバブルが発生するかもしれない。

#### 4.「莫邦富が案内する中国最新市場 22の地方都市」 莫邦富著 海竜社刊 2010年2月27日発行

副題：「見た！聞いた！歩いた！ 徹底的な現地取材で得た“明日の星”22都市の市場魅力！」

この本は、中国出身のジャーナリストの莫邦富氏による、今後の中国で大きく伸びてくるであろうと思われる都市、いわば潜在的成長力のある22都市の紹介である。それらは以下の諸都市である。沿海部(9都市)＝寧波・南通・楊州・天津・済南・東営・唐山・保定・厦門、中部(9都市)＝合肥・蕪湖・長沙・武漢・鄭州・洛陽・漯河・南昌・九江、西部(4都市)＝成都・重慶・昆明・蘭州。

これらの諸都市の中で意外に思われるのは東営市であるが、莫氏によれば東営市は中国第2の規模を誇る勝利油田を背景にして、一人当たりGDPの都市ランキング第5位を占めており、その消費力に注目すべきだとしている。また莫氏はアナ馬的に漯河市を挙げているが、漯河市はアジア最大の食肉加工基地であり、これからの中国内需の大波に乗って大きく躍進するのではないかと推測している。長沙市については、毛沢東・劉少奇・彭徳懷などの生家を訪ねる紅色ツアーや馬王堆、岳陽楼などの名所観光が経済発展を大きく支え、今後、大きな消費市場になるであろうと書いている。蘭州市もまた交通・商業の要衝として、シルクロード観光の中心となっており、その消費力は侮れないという。昆明は ASEAN との交流においては重要な玄関口の役割を果たし、気候がよく観光資源も豊富なので、今後、経済が大きく発展し、消費市場として期待できると予測している。

#### 5.「中国元がドルと世界を飲み込む日」 ベンジャミン・フルフォード著 青年出版社刊 2010年4月5日発行

副題：「日本は G2時代をどう生き残るか」

フルフォード氏はこの本のプロローグで、「私たちはいま、覇権の交代を目撃しつつある」と書き出し、「客観的に見て、返済不能の借金を背負ったアメリカに残された道は計画倒産しかないのだ。そのときドルはデフォルトする。そして米国債を多く抱える国々は非常に大きなダメージを受けるだろう。そんなハードランディングを避けるために、新たな金融システムの構築を探る動きが世界中に進んでいる。その中心にいるのが中国だ。…(略)。ドル後の通貨体制は、私の予測ではコモディティ・バスケット体制となる可能性が高い。コモディティ・バスケットとは、金・銀・銅などの貴金属や鉱物資源、石油、天然ガスなどのエネルギー、レアメタル、穀物、農産物などの多種多様な実物を担保に、中核となる新たな通貨作り出す、これまでとは違う通貨体制だ」と、主張している。

フルフォード氏はドルの歴史を次のように振り返っている。「第1次世界大戦、第2次世界大戦というふたつの戦争の間、アメリカは世界の工場として生活必需品、食糧から兵器まで、あらゆるモノを作り輸出していた。取引に使われる通貨はドルであり、ヨーロッパへ、アジアへとドルは浸透していった」。しかしアメリカが世界の工場から市場へ、一大消費国へと変化していくにつれて、それまで金とリンクしていたドルではその消費をまかないきれなくなってきた。さらにベトナム戦争などで大量の戦費が必要となり、大量のドルを必要とするようになった。そこでアメリカは無制限にドルを流通させるために金本位制を廃止し、それまでの通貨制度を変更した。アメリカの金融資本家は、アメリカの国力と軍事力を背景に世界中をドルで溢れさせ、重要な決済にはドルを使用させ、輸出国にはドルと米国債という毒を流しこむという戦術を取った。

日本は戦後の一時期、世界の工場として商品をアメリカに輸出して大儲けした。アメリカは日本から大量に製品を輸入し、大量のドルをばらまいた。双子の赤字を抱えるアメリカは、製品の大量輸入と軍事力を背景にして、日本に大量の国債を買わせることによってそのドルを吸収し、またドル安・円高に為替を誘導することによって、合法的に国債を減価させ、日本への借金を踏み倒した。

次に世界の工場として台頭してきた中国に対しても、アメリカは中国の生産した工業製品を大量に輸入する代わりに、米国債を大量に買わせ、日本と同じ目に合わせようとした。ところが中国はその手には乗らず、ある程度米国債を購入した時点で、それを逆に米国を揺さぶる交渉の材料にするようになった。またドルが国際通貨の座を滑り落ちることを想定して、ユーロなどの通貨を購入したり、一時的に金本位制が復活することを考えて金などの備蓄に入った。

そして中国は2008年の金融危機後、アメリカの消費市場が急激に冷え、中国からの輸出が激減する事態を前に、思い切って内需主導型の経済構造に切り替え、世界に先駆けて景気を浮揚させることに成功した。つまりアメリカへの輸出がなくても、成り立つような経済構造への転換に成功したのである。これで中国は米国債との腐れ縁を絶つことが可能となった。

以上のような論理で、フルフォード氏は中国元が、近い将来、ドルと世界を飲み込むと予測する。

以上

\*\*\*\*\*

## グーグルの中国撤退に関する二つの見方

3月22日、ネット検索世界最大手のグーグルが中国からの撤退を表明した。

この事態については、相反する二つの見方がある。一つは、一般に流布されている、中国政府のインターネットに関する世界常識への背反行為に対して、それを非難する見方である。もう一つは、これで中国が米情報帝国主義の植民地から開放され、世界が米国の情報面での一極集中から脱皮できる契機となると考え、それを容認する見方である。以下に、この両方の見方を検討してみる。ただし私はITにはまったくの素人であるから、専門家諸氏からはこの小論が一笑に付されるかもしれない。

## 1. 中国政府の行為への非難。

グーグルは中国から撤退する理由として、同社のコンピューター・システムへのハッカーからの激しい攻撃と、“ウェブ上での言論の自由の制限”を挙げている。

ハッカーの問題について、グーグルは12月の第2、3週に起こったサイバー攻撃は、その多くがシリコン・バレーに所在する計34の企業または機関に向けられたと言明した。またこのサイバー攻撃で、グーグルとしては、実質的損害を受けなかったが、ハッカーは非常によく装備されたコンピューターのセキュリティ・システムに侵入し、重要必須の企業データとソフトウェアのソース・コードを成功裡に入手していったとしている。このハッカー侵入後、グーグルのエンジニアは密かに逆攻撃を行い、この最初の攻撃が出されたコンピューターが、台湾経由で中国本土に存在することを突き止めた。その後、グーグルは米国政府の諜報および法執行機関の担当者と協力して、ハッカーが中国本土であることを示す強固な実証を集めた。それでも最終的にそれを確定することはできなかった。この不確定さが、結局、最も著名な米国企業がサイバー攻撃にさらされているのに、オバマ政権が迅速にかつ決定的に、中国政府と直接向き合うことに積極性を欠かせた要因である。グーグルは今後も、このようなサイバー攻撃が続くこと予測して、中国政府に抗議の意味も込めて、撤退を決意した。

2006年、グーグルは、ある特定のサーチ結果を禁止する中国政府との取り決めの下に、中国市場に参入した。しかしグーグルの経営幹部は、私的には、サーチ結果について同社が自主検閲を行うこと、すなわち中国の検閲当局が禁止しているトピックにフィルターをかけることは、同社の公式社是である“邪悪者にならない”ことと全く矛盾するとして、参入後の数年間にわたり、それを忌み嫌っていたという。もともと中国においては、“天安門”や“ダライ・ラマ”などの語句を含むサーチの結果は空白になっていたが、さらに中国政府は2009年末から、インターネットに対する規制を一層強化する方針を打ち出した。また新疆ウイグル自治区のインターネットは、今年の7月以降、遮断されたままである。これらのネット環境の悪化に対して、グーグルは「わが社はこれ以上、サーチ結果を検閲する意思はない」と表明し、中国政府に「検閲の撤廃」を含む環境の改善を迫った。これに対して中国政府は、「検閲の撤廃」は中国にとって、「共産党や国家の存亡が懸かっている」だけに絶対に譲れない一線で、グーグルの中国撤退もやむを得ないという決断を下した。この結果、グーグルは3月22日、中国撤退を表明した。

中国政府は、「外資系企業が中国で会社を経営する場合には、中国の法律を遵守するのが当然であり、ビジネス上の問題を政治化するべきではない」とのコメントを発表した。また中国の有識者はグーグル撤退について、「所在国の法規制や商習慣、ネット文化をいかに理解し、うまく経営するかは、経営陣が乗り越えなければならない壁である」と語った。このグーグル撤退について、中国のネット上では世論を二分する論争が行われた。グーグルの撤退を惜しむ声や「言論の自由を支持する」との支援の意見も多かった。一方、「グーグルは人権戦士だと言われているが、うわべを飾った悪徳業者だ」と批判の声も上がった。

またこの間で明らかになってきたのは、グーグルの経営上の問題であった。中国の検索市場でグーグルは33%しか占めておらず、トップの“百度”の67%に大きく差をつけられており、グーグルは今後、しばらく苦戦を余儀なくされるであろうと見られていた。また昨年9月、グーグルの当時の総裁であった李開復氏が突然辞任するなど、内部事情も複雑であった。これらの要因も重なって、米国本社中国撤退決定がなされたものと思われる。

このグーグルの中国撤退について、他の米国企業の反応は、おおむね、「撤退で損をするのはグーグルだけ」という冷ややかなものであった。マイクロソフト社のバルマーCEOは、「残念ながらサイバー攻撃は中国だけではなく、他国においても日常的に行われている。我々はこれまで中国で事業を行い、同国の法律を遵守する方針をあきらかにしてきた」と明言し、中国での事業は今後も通常通り継続する方針を明らかにした。

反面、24日、ドメイン取得サービス最大手の米ゴダードディ社が中国ドメインの新規取得サービスを取りやめることになった。同社の副社長は、中国のドメイン管理の公的機関から内外の申請者の氏名や住所、電話番号、電子メールアドレスの提出、新規申請者の顔写真添付などを要請されたと発言し、「わが社は中国政府の代理人のような振る舞いはできない」と主張した。

米国民は、中国側からグーグルなどの主要米国企業にかなり強いサーバー攻撃があったことが引き金となって、対中不信感、嫌中感を募らせている。それに米国の対中債務の巨大さがあいまって、米国民の対中感情は大きく変わ



った。最新の世論調査によれば、「中国に対する米国の債務とイスラム過激派のテロとでは、米国の長期的な国家安全保障と経済繁栄にとって、どちらがより重大な脅威であるか」に対して、58%の米国民が「対中国債務」と回答している。「イスラム過激派テロ」と答えたのはその半分の27%であり、新たな「中国脅威論」がこれからの米国政府の方針を大きく左右するものと思われる。

さらに全般的な米国製造業の衰弱と競争力喪失が指摘される中、最近の国防システム部品のサプライ・チェーンにおいて、数千個の模造ないし欠陥部品がみつかり、その傾向が年々増大している。米産業・安全保障局の報告書によれば、その大部分が中国製であり、それらは兵器システムの安全性に甚大な影響を及ぼしているという。米国民は同様のことがネット社会でも生起しているのではないかと不安を募らせており、グーグルの中国撤退を歓迎する声が多い。

中国政府はグーグルに対して、「撤退後には事業に関連していた5万人以上の従業員が失業し、20万人以上のネット事業者が直接被害を受け、間接的にネット関連で事業を展開していた100万人に及ぶ個人に損害が生じる」として、その対策を要求している。

以上のように、グーグルの中国撤退に関しては多くの見方があるが、日本における見方の主流は、「やはり中国はインターネットに関する世界常識を受け入れるべきであり、検閲とサーバー攻撃もただちに中止されるべきである」というものである。

追加情報：3/31、中国関係のジャーナリストや活動家の開設したヤフーの電子メールのアカウントがサイバー攻撃を受け、それにアクセスできない事態が起きた。

## 2. 中国政府の行為の容認。

現在、インターネット上では、米国のネット企業による帝国主義的ともいえるグローバル展開により、大きな弊害がでてきている。ことにグーグル、マイクロソフト、ヤフー、アマゾンなどの米系プラットフォーム・レイヤーの世界市場における寡占化によって、各国は事実上、米国とそれらの企業の植民地と成り下がっている。

ことにグーグルの出現によって、民主主義を支えるインフラであるジャーナリズムと社会の価値観を形成する文化が衰退させられつつあることは、その重大な弊害として意識する必要がある。ネットの普及によって、紙媒体である新聞・雑誌は半ば公然と知的財産を無料で吸い取られることによって利益を大きく減らし、そこで民主主義を支えてきたプロのジャーナリストの多くが職を失うはめに陥っている。またネット上では凄まじいまでの違法ダウンロードがまかり通り、文化創造の担い手である芸術家から利益を掠め取り、彼らを食えなくしてしまっている。これらの側面からみれば、グーグルが民主主義の旗手であるジャーナリズムを叩きつぶしておきながら、その一方で中国のネット検閲を民主主義のルール違反であると批判していることは、きわめて滑稽なことである。しかもグーグルのこれらの行為は、米国にサーバーを置いていれば米国の著作権法の対象になるので、事実上米国政府のフェアユース規定によって保護されることとなり、それによってグーグルは全世界のジャーナリストと芸術家の生殺与奪の権限を握ってしまったといっても、過言ではないだろう。

さらにグーグルを始めとする米系プラットフォーム・レイヤーによってネットサービスが支配された結果、米国による世界の情報支配が強まり、米国に情報を看取されるリスクが生じてきている。ことに米国には米国愛国者法があり、国家の安全保障のためにはネット上の個人情報を米国政府が勝手に捜査できることになっており、それを盾にした情報の看取が行われていることを否定できない。したがって米国のプラットフォーム企業を利用しないで、競争力のある同様のサービスや手段を自国内に持つことは、安全保障の観点から重要なことである。

その上、検索サービスに多少手を加えることによって、検索結果が米国政府や米国企業に有利となるような情報が出るようにすることも不可能ではなく、利用者が知らない間に、米国政府に洗脳されているということにもなりかねない。しかもその検索サービスは米国人技術者の考えによって作られているわけで、ある意味で米国の価値観の世界への刷り込みにもつながっていると考えられる。

さらにグーグルなどのプラットフォーム・レイヤーに世界中の広告費が集中してしまいつつある状況は、まさに全世界が米情報帝国主義に排他せざるを得ない事態に追い込まれつつあると理解すべきである。

このようなネット上で進む米情報帝国主義への一極集中に対して、欧州では米国ネット企業の植民地状況からの脱却を願って、フランスは2006年にドイツと共同でグーグルの覇権を打破することを目標に、国産の検索エンジンを開発する「クエロ」というプロジェクトを立ち上げた。

※上記の大部分は、岸博幸氏の「ネット帝国主義と日本の敗北」(幻冬舎新書刊)からの引き写しである。不明な点については原著を読んでいただきたい。

このような時期に、中国はグーグルを自国から追い出し、米国を中心とした世界からの離脱の道を選んだのである。中国は情報鎖国の状態を選ぶことによって、米帝国主義の植民地支配から脱却を図ったのである。今後、中国は13億人の自国市場を強力な拠り所として、“百度”を始めとする自前の検索エンジンを開発するに違いない。そこには中国語の世界が展開されるわけであり、「中国が世界の市場」として発展していくと共に、やがてこのシステムが世界各地の華僑や華人に使用され、グーグルと匹敵するような規模に成長するであろう。これはネット社会における英語の独占状態を打ち破るためにも、歓迎すべきことだろう。さらに中国技術者軍団の手によって、新たな技術が展開され、

プラットフォーム・レイヤーの多極化が図られることは望ましいことである。

もちろんその結果、今度は中国一極集中現象が生じてくるかもしれない。それを防ぐ唯一の方法は、日本も国産プラットフォーム・レイヤーを創造して、海外にどんどんビジネス展開をして、多極化を図ることである。

以上

\*\*\*\*\*

## 【中国経済最新統計】（試行版）

上海センターは、協力会会員を始めとする読者の皆様方へのサービスを充実する一環として、激動する中国経済に関する最新の統計情報を毎週お届けすることになりましたが、今後必要に応じて項目や表示方法などを見直す可能性がありますので、当面、試行版として提供し、引用を差し控えるようよろしくお願いいたします。 編集者より

	① 実 質 GDP 増加率 (%)	② 工 業 付 加 価 値 増 加 率 (%)	③ 消費財 小売総 額増加 率(%)	④ 消費者 物価指 数上昇 率(%)	⑤ 都市固 定資産 投資増 加 率 (%)	⑥ 貿易収 支 (億 <sup>ドル</sup> )	⑦ 輸 出 増加率 (%)	⑧ 輸 入 増加率 (%)	⑨ 外国直 接投資 件数の 増加率 (%)	⑩ 外国直 接投資 金額増 加率 (%)	⑪ 貨幣供 給量増 加 率 M2(%)	⑫ 人民元 貸出残 高増加 率(%)
2005 年	10.4		12.9	1.8	27.2	1020	28.4	17.6	0.8	▲0.5	17.6	9.3
2006 年	11.6		13.7	1.5	24.3	1775	27.2	19.9	▲5.7	4.5	15.7	15.7
2007 年	13.0	18.5	16.8	4.8	25.8	2618	25.7	20.8	▲8.7	18.7	16.7	16.1
2008 年	9.0	12.9	21.6	5.9	26.1	2955	17.2	18.5	▲27.4	23.6	17.8	15.9
2009 年	8.7	11.0	15.5	1.9	31.0	1961	▲15.9	▲11.3	▲14.9	▲16.9	27.6	31.7
2 月		(15.4)	19.1	8.7	(24.3)	82	6.3	35.6	▲38.0	38.3	17.4	15.7
3 月	10.6	17.8	21.5	8.3	27.3	131	30.3	24.9	▲28.1	39.6	16.2	14.8
4 月		15.7	22.0	8.5	25.4	164	21.8	26.8	▲16.7	52.7	16.9	14.7
5 月		16.0	21.6	7.7	25.4	198	28.2	40.7	▲11.0	38.0	18.0	14.9
6 月	10.4	16.0	23.0	7.1	29.5	207	17.2	31.4	▲27.2	14.6	17.3	14.1
7 月		14.7	23.3	6.3	29.2	252	26.7	33.7	▲22.2	38.5	16.3	14.6
8 月		12.8	23.2	4.9	28.1	289	21.0	23.0	▲39.5	39.7	15.9	14.3
9 月	9.9	11.4	23.2	4.6	29.0	294	21.4	21.2	▲40.3	26.0	15.2	14.5
10 月		8.2	22.0	4.0	24.4	353	19.0	15.4	▲26.1	▲0.8	15.0	14.6
11 月		5.4	20.8	2.4	23.8	402	▲2.2	▲18.0	▲38.3	▲36.5	14.7	13.2
12 月	9.0	5.7	19.0	1.2	22.3	390	▲2.8	▲21.3	▲25.8	▲5.7	17.8	15.9
2009 年												
1 月				1.0		391	▲17.5	▲43.1	▲48.7	▲32.7	18.7	18.6
2 月		(3.8)	(15.2)	▲1.6	(26.5)	48	▲25.7	▲24.1	▲13.0	▲15.8	20.5	24.2
3 月	6.1	8.3	14.7	▲1.2	30.3	186	▲17.1	▲25.1	▲30.4	▲9.5	25.5	29.8
4 月		7.3	14.8	▲1.5	30.5	131	▲22.6	▲23.0	▲33.6	▲20.0	25.9	27.1
5 月		8.9	15.2	▲1.4	(32.9)	134	▲22.4	▲25.2	▲32.0	▲17.8	25.7	28.0
6 月	7.9	10.7	15.0	▲1.7	35.3	83	▲21.4	▲13.2	▲3.8	▲6.8	28.5	31.9
7 月		10.8	15.2	▲1.8	(32.9)	106	▲23.0	▲14.9	▲21.4	▲35.7	28.4	38.6
8 月		12.3	15.4	▲1.2	(33.0)	157	▲23.4	▲17.0	▲2.05	7.0	28.5	31.6
9 月	8.9	13.9	15.5	▲0.8	(33.4)	129	▲15.2	▲3.5	10.6	18.9	29.3	31.7
10 月		16.1	16.2	▲0.5	(33.1)	240	▲13.8	▲6.4	▲6.2	5.7	29.5	31.7
11 月		19.2	15.8	0.6	(32.1)	191	▲1.2	26.7	10.0	32.0	29.6	34.8
12 月	10.7	18.5	17.5	1.9	(30.5)	184	17.7	55.9	9.7	-44.6	27.6	31.7
2010 年												
1 月				1.5		142	21.0	85.6	24.7	7.8	26.0	29.3
2 月		(20.7)	(17.9)	2.6	(26.6)	76	45.7	44.7	2.5	1.1	25.5	27.2

注：1. ①「実質 GDP 増加率」は前年同期（四半期）比、その他の増加率はいずれも前年同月比である。

2. 中国では、旧正月休みは年によって月が変わるため、1 月と 2 月の前年同月比は比較できない場合があるので注意されたい。また、( ) 内の数字は 1 月から当該月までの合計の前年同期に対する増加率を示している。

3. ③「消費財小売総額」は中国における「社会消費財小売総額」、④「消費者物価指数」は「住民消費価格指数」に対応している。⑤「都市固定資産投資」は全国総投資額の 86%（2007 年）を占めている。⑥—⑧はいずれもモノの貿易である。⑨と⑩は実施ベースである。

出所：①—⑤は国家統計局統計、⑥⑦⑧は海関統計、⑨⑩は商務部統計、⑪⑫は中国人民銀行統計による。